



Z mrożoną rybą do... Lęborka !!!



Ubiegłoroczna kampania „Ryba wpływa na wszystko” wywołała nie małe ożywienie. Fachowcy alarmowali, że spożycie ryb przez statystycznego Polaka jest ciągle niższe niż w krajach starej piętnastki. Laicy, na internetowych forach dyskusyjnych poddawali pod wątpliwość jej właściwości odżywcze lub recenzowali kreację monstrialnych rozmiarów „Pana Ryby”, kołyszącego się w rytm piosenki „Give Me Some Fish”. Jedno jest pewne: kampania i oddźwięk jaki wywołała pokazały, że jest jeszcze dużo do zrobienia, zanim ryba na stałe zagości w naszym codziennym menu.

Mówią, że dobra reklama dźwignią handlu. Ale ostatecznie, o szczęśliwym finale, w tym przypadku zakupie „ryby dobrej na wszystko”, zadecyduje jej dostępność w skali całego kraju i cena. Nasza bohaterka, tudzież, zważywszy na płeć stworzenia ze spotu — bohater, musi przebyć daleką drogę, zanim z cumującego gdzieś we Władysławowie lub Gdyni kutra trafi do sklepów, a ostatecznie na stoły polskich rodzin z: Wielkopolski, Mazowsza, czy Śląska. A ponieważ mrożenie to najpopularniejszy sposób przedłużania trwałości i przydatności do spożycia, pewną część peregrynacji spędzi leżakując na europalecie w komorze wiecznego mrozu.

Ile ostatecznie zapłacimy za mrożoną flądrę, czy dorsza, w dużej mierze zależy będzie od kosztów magazynowania i dystrybucji. Nie od dziś wiadomo, że to właśnie one stanowią jedno z bardziej

kosztotwórczych ogniw. Kto wybierze nieoptymalnie, kierując się pozorami oszczędnościami lub przyzwyczajeniem, ten traci. Na domiar złego nie ma uniwersalnego modelu dystrybucji, który jednakowo sprawdzałby się w przypadku każdego producenta. Dlatego warto korzystać z rozwiązań, które z jednej strony byłyby niczym uszyty na miarę garnitur, z drugiej, wpisywały się w sprawdzone, globalne trendy.

W zakresie magazynowania i dystrybucji zyskującym na znaczeniu trendem jest outsourcing. Potwierdza to chociażby wzrost znaczenia firmy PAGO, która łapiąc mroźny wiatr w żagle w ciągu niespełna trzech lat oddała do użytku trzy nowoczesne chłodnie składowe z pełnym zapleczem logistycznym, o łącznym potencjale 85 tys. miejsc paletowych. Najmłodsza z nich, zlokalizowana jest w Lęborku. Dwie pozostałe w Gnatowicach Starych k. Warszawy

i w Grodzisku Wielkopolskim k. Poznania. Idąc za ciosem, w II połowie 2010 roku PAGO planuje uruchomienie kolejnego obiektu w Sosnowcu.

Od początku swojego istnienia firma jest wierna zasadzie: oferuj taką jakość i standard obsługi, jakich sam oczekiwałbyś będąc klientem. Dlatego oprócz nowoczesnych technologii, takich jak ruchome rampy, regały jezdne wysokiego składowania, mobilne terminale radiowe gwarantujące identyfikację towaru z dokładnością do jednej palety i jednego kartonu, specjalistyczny system informatyczny, zarządzający gospodarką magazynową i całością procesów logistycznych, PAGO stawia na ludzi. Zatrudnia tylko takich, którzy powierzone obowiązki wykonują z pasją, a rzetelność, terminowość i fachowość są dla nich tak samo ważne jak miła atmosfera, będąca podstawą budowania trwałych relacji biznesowych. Wychodząc z tego założenia, każdą ofertę przygotowuje się indywidualnie, by każdy klient znalazł w niej to, co jest mu rzeczywiście potrzebne, a jego firma mogła odczuć wyraźne oszczędności, nie tylko kosztów, ale i cennego czasu.

Ponadto, co ważne, wszystkie chłodnie PAGO pracują 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu. I tylko czekają, żeby przyjąć od Państwa mrożoną rybę !!!

Paulina Motylewska
Dyrektor Marketingu PAGO
p.motylewska@pago.net.pl

